朝陽科技大學 092學年度第2學期教學大綱
International Marketing Management 國際行銷管理

當期課號	7665	**Course Number**	7665
授課教師	龔昶元	**Instructor**	KUNG,CHAANG YUNG
中文課名	國際行銷管理	**Course Name**	International Marketing Management
開課單位	企業管理系碩士在職專班一A	**Department**	
修習別	選修	**Required/Elective**	Elective
學分數	3	**Credits**	3
課程目標	本課程的主要內容包括： 國際行銷與國際貿易的區別、國際行銷活動產生原因與進入模式、 國際行銷與企業組織、國際主要經濟組織(EEU, WTO, ASENA, APEC, 美墨加經濟同盟等)、 國際行銷產品策略與生命周期、 國際行銷價格策略、國際行銷通路策略、 國際行銷促銷策略、世界主要市場分析等內容，藉以建立學生國際行銷的基本觀念與決策能力。	**Objectives**	This course includes: Theories and practice of international marketing management ; The impact of international economic situation on international marketing; International supply-chain management; international logistics ; International pricing transfering ; the International marketing of product, place, price, promotion etc. Through case study, lecture, discussion, this course aims to build a basic conception of knolwedge and ability of decision-making about international marketing.
教材	1.理論講解與討論。2.國際行銷個案研討與分析。3.國際行銷管理專題研究心得研討。 一、 分組專題研討心得報告 1. 每組就各週英文個案及主題選擇於課堂提出三十~四十分鐘之報告，內容主要以能協助同學充分了解主題內涵、提出值得討論之相關問題以激發及帶領同學參與討論爲目標。 2. 口頭報告內容包括：（1）以解釋英文case內容爲主軸報告該case牽涉之主題核心內容，並就主題中有爭議或值得探討之問題重點擬定討論題綱，於報告完後帶領同學進行討論。 3. 報告及討論完後就所有內容於三星期內交完整之書面報告。	**Teaching Materials**	1.Lecture and Discussion 2.case study about international marketing issues 3.International research and orale report
成績評量方式	1.課堂參與（20%）。2.分組專題研討心得報告（30%）。3.國際行銷管理案例研究報告（40%）。4.期末考（10%）。	**Grading**	.performance of class (20%) 2.orale report (30%) 3.case study study and discussion about international marketing issues (40%) Final examen (10%)
教師網頁	龔昶元（法國第一巴黎大學企業管理博士，本系所專任副教授）		
教學內容	1.以全球觀點架構探討國際行銷管理策略各層面問題。2.透過個案討論，整合國際行銷理論與實際，並了解跨國企業與台灣企業之國際行銷面臨之課題與作法。	**Syllabus**	1.To explore the different issues of international marketing with the global viewpoint. 2.By means of case study to integrate the theory and practice about international marketing and to understand multinational enterprises' international marketing issues.

尊重智慧財產權，請勿非法影印。